

Europeos dedicado a la ciencia antienvejecimiento. Sus asistentes, y miembros, incluyen oncólogos, neurólogos, catedráticos y doctores, investigadores universitarios. Un elenco de gente brillante y de renombre que no necesita hacer promesas como las de Calico, la empresa formada por Google que promete a los de Silicon Valley entregarles, con dinero y tiempo, la llave de la eterna juventud. Pero esos científicos, y ese es el dato más relevante, sí ceden a uno de estos personajes su prestigio a cambio de que alguien corra con los gastos del congreso y facilite su labor. La ciencia necesita dinero y si para conseguirlo hay que transigir con los ricos excéntricos se hace, porque la recompensa es mucho mayor, y más tangible, que la juventud o la inmortalidad.

Con quien transigen los científicos europeos es con Liz Parrish, CEO de BioViva Science, de EEUU. A sus 53 años asegura que sus células tienen 30, y... bueno, o se ha operado muy bien, o ha falsificado su fecha de nacimiento, o su terapia funciona. Aunque no ha sido revisada por científicos independientes, se supone que usa dos terapias génicas, una dedicada a alargar sus telómeros, y la otra a inhibir el envejecimiento celular. El interés de Parrish por España no es casual, porque esa terapia supone aplicar a humanos lo que María A. Blasco, directora del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas, consiguió en 2008 en ratones. Retocando sus telómeros los rejuveneció, alargando su vida en un cuarenta por ciento más.

El método de Liz Parrish está en su fase 3 de estudio en Estados Unidos, lo que significa que se ha comprobado su eficacia en humanos. Si alcanzara la fase 4 sería aprobada como medicamento y tendríamos lo que la CEO de BioViva promete: una vacuna contra el envejecimiento. También es posible que, como muchos otros ensayos, no llegue nunca a aprobarse porque se descubran efectos secundarios.

Parrish es solo la punta de lanza de un conglomerado de empresas y fundaciones asociadas, vinculadas a la investigación sobre el envejecimiento. Repartidas por la India, Colombia, Estados Unidos, y diversos países de la UE. Y coordinadas con Calico, que es el mayor patrocinador del Longevity World Forum de Valencia, empresa creada por Google para combatir el envejecimiento. Los portavoces de estas empresas son imprudentes, excesivos en sus promesas, excéntricos en su apariencia y sobre todo rotundos en sus afirmaciones. Todo lo contrario a un científico. Pero los hombres y mujeres de ciencia comprenden y respetan su papel, que consiste en atraer inversores como hace Parrish, diciendo ¡mira, parece que tengo treinta! Pon dinero en mi empresa y quizá puedas usar mi mismo método para estar divina, o divino. Y ese dinero permite que los centros de investigación de todo el mundo desarrollen terapias centradas en la senescencia. Que suena mucho menos atractivo, pero que para los hombres y mujeres comunes resultará mucho más útil.

Porque si triunfan, si ese dinero fluye, si esas investigaciones prosperan, no será la eterna juventud ni la inmortalidad lo que conseguiremos. Sino la cura del cáncer, de la diabetes, de la arterioesclerosis,

problemas de corazón, demencia senil, todas las enfermedades ligadas al envejecimiento. El sueño de los ricos puede suponer el mayor salto médico de la historia humana después de la cirugía, los antibióticos y las vacunas. Y su oportunidad de ser más ricos. Así que dejemos soñar a Musk, a Bezos y a Thiel con que un día se convertirán en inmortales. Con suerte se irán, además, a vivir a Marte. Y todos viviremos mejor aquí en la Tierra.

LA DIGITALIZACIÓN Y LA GENERACIÓN SENIOR



Juan Fernández Palacios

Escanea este QR

Director del Centro de Investigación Ageing-nomics de Fundación MAPFRE. Ha sido consejero delegado de MAPFRE Vida hasta el año 2020. Licenciado en Ciencias Económicas y Actuario de Seguros por la Universidad Complutense de Madrid. Comenzó su carrera como Inspector de Seguros del Estado, hasta incorporarse en el año 2000 a MAPFRE, donde ha desempeñado diferentes puestos de responsabilidad.

Asistimos en las sociedades desarrolladas al renacimiento de una suerte de "analfabetismo", en este caso digital, porque sus efectos recuerdan a los que sufrían los menos favorecidos hace un siglo por su falta de capacidad lectora o numérica. La buena noticia es que en nuestras actuales sociedades democráticas ha arraigado una cultura de atención y ayuda a las capas de población más vulnerables.

"Una de las peores cosas de envejecer es volverse irrelevante, volverse un anciano/a nostálgico/a que no pueda entender el mundo que le rodea ni contribuir demasiado al mismo" (Y.N. Harari en Homo Deus).

La cuarta revolución tecnológica en la que estamos inmersos, la revolución digital, conlleva como todas las revoluciones la aparición de ganadores y de perdedores. Y, entre éstos, se viene señalando a los adultos mayores, que han nacido y transitado la mayor parte de sus vidas en un mundo de manualidades o, a lo sumo, analógico, y a los que ahora se les considera como incapaces de manejarse con las nuevas herramientas digitales que van colonizando todos los ámbitos de la vida, de las relaciones sociales y de las económicas.

Ciertamente, asistimos en las sociedades desarrolladas al renacimiento de una suerte de "analfabetismo", en este caso digital, porque sus efectos recuerdan a los que sufrían los menos favorecidos hace un siglo por su falta de capacidad lectora o numérica. La buena noticia es que en nuestras actuales sociedades democráticas ha arraigado una cultura de atención y ayuda a las capas de población más vulnerables, que se complementa con la disponibilidad de recursos en las instituciones públicas y privadas para desarrollar programas que combatan las causas más flagrantes de exclusión social. Ahí están, por ejemplo, la alta repercusión de las campañas que llaman a no estigmatizar a las personas "no digitalizadas" y las iniciativas, a menudo privadas, encaminadas precisamente a formar a las mismas en el uso de las nuevas herramientas; o la apelación de los poderes públicos al sector financiero en nuestro país para adaptar sus servicios y evitar la discriminación de esas personas. Apelación que, hay que decirlo, no siempre se corresponde con el modus operandi de las propias administraciones públicas que, bien por falta de recursos o bien por impericia en el desarrollo de sus aplicaciones, convierten la relación con los ciudadanos a los que teóricamente deben servir en una fuente de dolores de cabeza.

Conviene aclarar, no obstante, que esa situación de debilidad ante el mundo digital no es generalizable al conjunto de lo que podemos considerar la "generación sénior". En el Centro de Investigación Ageing-nomics de Fundación Mapfre (ageing-nomics, fundacionmapfre.org), alineados con otras instituciones públicas y privadas, solemos delimitar dicha generación, con flexibilidad, a partir de la edad de 55 años. De forma que en el seno de esta cabrían diversas categorías de ciudadanos: la de aquellos señores plenamente integrados en la actividad productiva, los que mantienen sólo una vinculación parcial con el mundo del trabajo, quienes han dado por terminada completamente su vida activa, pero están en plenitud de condiciones físicas y mentales y, por último, las personas que por razones de edad o enfermedad tienen limitaciones que hacen necesaria la ayuda de terceras personas. Y lo que hemos podido comprobar a través de su-

cesivos análisis desarrollados en los últimos años es que la situación de, al menos, los tres primeros grupos en relación con el mundo digital no se corresponde con el estereotipo que los señala como inadaptados para la nueva sociedad que está surgiendo.

El III Barómetro del Consumidor Sénior (BSC), publicado en 2022 por el C.I. Ageing-nomics y realizado con la colaboración de Google (sobre la base de datos ofrecidos por Comscore), ofrece una imagen bien distinta partiendo del siguiente dato: en 2022: 11 millones de personas mayores de 55 años estaban conectadas a internet, mayoritariamente a través de teléfono móvil; esa cifra representa el 70% de esa franja de edad en nuestro país, suponiendo cerca del doble del número de usuarios de la red que existía en ese colectivo en 2017. Entre 2021 y 2022 en nuestro país se incorporó un millón más de señores a internet, cifra que seguirá creciendo, contribuyendo a la incorporación de nuevas cohortes a la generación sénior a reducir la brecha digital.

¿Para qué utilizan internet los usuarios señores? Según el III BSC, dentro del colectivo, 10,8 millones acceden a Youtube, 10 millones usan WhatsApp, 9,8 millones Facebook, 9 Gmail, 8,2 Google Maps, 7,6 acceden a Amazon, 4,6 m a Wikipedia... Adicionalmente, podemos decir que se trata de un colectivo informado: es alrededor de un 30% más probable encontrar a una persona al día de las últimas noticias de entretenimiento, política o de negocios entre los mayores de 55 años que en el resto de edades; porcentaje que sube al 87% si hablamos de noticias locales on line.

Y un dato especialmente relevante: 9,4 millones de señores gestionan sus cuentas a través de la web de su banco, lo que debe ayudarnos a acotar mejor la dimensión del problema relativo al acceso a determinados servicios, públicos o privados, de carácter universal. Confirman lo anterior los datos del II BCS, realizado en 2021 por Ageing-nomics también con la colaboración de Google, sobre la realización de actividades on line según estrato de edad: el 76% de la franja 55-65 años realizan operaciones bancarias a través de internet, frente al 37% de los mayores de 66 años; El 57% de los 55-65 compran productos en la red, frente a un 30% en los mayores de 65; los porcentajes en publicaciones o consultas en redes sociales son, respectivamente, del 54 y el 24%; y, por último, los relativos a la realización de cursos o tutoriales, del 55 y el 20%.

Como conclusión, no cabe inferir una incompatibilidad generalizada de la generación sénior con las herramientas digitales, sin perjuicio de que, como es lógico, aquellas personas de más edad se encuentren con notables dificultades, bien por sus propias carencias formativas, o bien porque no han recibido suficiente atención y apoyo para ser incorporadas al mundo digital. Huyamos, por tanto, de estigmas generacionales y trabajemos por la inclusión de todos y la erradicación de la discriminación por edad.

BIFURCACIONES

Un espacio de pensamiento y opinión sobre el presente y el futuro digital de la sociedad. Su objetivo es explorar la intersección entre lo tecnológico y lo humano y compartir propuestas, ideas y reflexiones que amplíen los límites de nuestras expectativas.

Continúa la experiencia digital escaneando este código QR:



Papel ecológico Comprometidos con el medio ambiente.

"No dejamos de jugar porque nos hagamos viejos; nos hacemos viejos porque dejamos de jugar"

-George Bernard Shaw

M-7933-2021